Облікова картка ДіР

Image not found or type unknow

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0225U000011

Державний реєстраційний номер: 0121U111296

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 02-01-2025

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Управління репутацією туристичної дестинації

Початок етапу: 01.2021

Закінчення етапу: 12.2024

Вид звітного документа: Остаточний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: вул. Кіото, буд. 19, м. Київ, 02156, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380445313173

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: вул. Кіото, буд. 19, м. Київ, 02156, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380445313173

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

Напрям фінансування: 2.1 - фундаментальні дослідження

Джерела фінансування

7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Управління репутацією туристичної дестинації

Назва роботи англійською:

Reputation management of tourism destination

Реферат українською:

Об'єктом дослідження є процеси формування і розвитку репутаційного менеджменту туристичної дестинації та удосконалення механізмів управління репутацією туристичної дестинації з врахування процесу цифровізації туристичної галузі. Метою дослідження є теоретико-методологічне обґрунтування сутнісного змісту репутаційного менеджменту туристичної дестинації, розробка практичних рекомендацій щодо формування концепту репутаційного менеджменту національної туристичної дестинації, вдосконалення стратегії, тактик та механізмів (інструментарію) управління репутацією туристичної дестинацій в умовах тотальної цифровізації туристичної галузі. Методи дослідження – систематизації – для визначення наукових праць про визначення «репутація» «управління репутацією», «цифровізація туристичної галузі»; моніторингу застосований для вивчення рейтингів, як чинників щодо оцінювання репутації; аналізу використаний для аналізу чинників оцінювання репутації; моделювання застосований для побудови концепту репутаційного менеджменту туристичної національної дестинації; аналогії – для порівняння національної туристичної дестинації зі світовими туристичними дестинаціями; порівняння цифрових ресурсів та сервісів у світових туристичних дестинація. Розроблено науково-методологічні засади визначання цільових функцій репутаційного менеджменту туристичної дестинації, які на відміну від існуючих, передбачає класифікацію видів репутації туристичної дестинації за різними ознаками, опису репутаційних характеристик туристичної дестинації за комплексом якісних і кількісних параметрів, конкретизацію /виокремлення/ детермінант в архітектоніці репутації туристичної дестинації, структуризацію об'єктно-суб'єктного ділового середовища репутаційного менеджменту, що в цілому дозволить надавати конкретну оцінку репутації певної туристичної дестинації та адресно корегувати програмні заходи стратегічного управління нею. Зпропоновано науково-методичні засади формування механізмів репутаційного менеджменту.

Реферат англійською:

The object of the study is the processes of formation and development of reputation management of a tourist destination and improvement of mechanisms for managing the reputation of a tourist destination, taking into account the process of digitalization of the tourism industry. The purpose of the study is to theoretically and methodologically substantiate the essential content of reputation management of a tourist destination, develop practical recommendations for the formation of the concept of reputation management of a national tourist destination, improve the strategy, tactics and mechanisms (tools) for managing the reputation of tourist destinations in the context of total digitalization of the tourism industry. Research methods - systematization - to identify scientific works on the definition of “reputation”, “reputation management”, “digitalization of the tourism industry”; monitoring - used to study ratings as factors in assessing reputation; analysis - used to analyze the factors of reputation assessment; modeling - used to build the concept of reputation management of a tourist national destination; analogy - to compare the national tourist destination with world tourist destinations; comparison of digital reputation management. The scientific and methodological bases for determining the target functions of reputation management of a tourist destination are developed, which, unlike the existing ones, provide for the classification of types of reputation of a tourist destination by various characteristics, description of reputational characteristics of a tourist destination by a set of qualitative and quantitative parameters, specification /selection / determinants in the architectonics of the reputation of a tourist destination, structuring of the object-subject business environment of reputation management, which in general will allow providing a

concise and comprehensive service. The scientific and methodological bases for the formation of reputation m

Індекс УДК: 332.122, 338.48, 338.246.8

Коди тематичних рубрик: 06.61.33, 06.71.57, 06.71.65

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Ткаченко Тетяна Іванівна

Науковий ступінь: д.е.н.

Вчене звання: професор

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

Назва НТП українською: Методологія формування механізмів репутаційного менеджменту Методологія оцінювання результативності репутаційного менеджменту на регіональному рівні з урахуванням специфіки дистанційної моделі розвитку туризму

Назва НТП англійською: Methodology for the formation of reputation management mechanisms Methodology for evaluating the effectiveness of reputation management at the regional level, taking into account the specifics of the remote model of tourism development

НТП, яку передбачалося створити:

Причини, через які НТП не було створено:

Отримані результати: Методи, теорії, Нормативні документи, Методичні документи, Аналітичні матеріали

Галузь застосування: КВЕД 84.13 - Регулювання та сприяння ефективному веденню економічної діяльності (у готельному господарстві і туризмі)

Реєстраційний номер картки технології:

Опис НТП: Розроблена методологія механізмів репутаційного менеджменту на відміну від традиційного підходу до виокремлення спеціальних функцій менеджменту (прогнозування, планування, організації, моніторингу, аналізу та контролю), доповнено спеціальним інструментарієм, з його структурною деталізацією та фокусуванням на пріоритеті інструментів цифровізації та брендингу, що дозволить обирати оптимальний набір методів управління репутацією конкретної дестинації. Механізми базуються на кластерному підході та містять опис методів, об'єктів і продуктів цифровізації, класифікацію суб'єктів репутаційного менеджменту (інфлюенсерів), організаційну структуру digital–агентств, що забезпечить отримання високих позитивних репутаційних характеристики відповідної туристичної дестинації Запропонована методологія оцінювання результативності репутаційного менеджменту на регіональному рівні з урахуванням специфіки дистанційної моделі розвитку туризму на відміну від існуючих, синтезує оціночні параметри репутації суб'єктів ринку туристичних послуг на трьох рівнях – мікро (суб'єктів туристичної діяльності), мезо- та/ або макро рівні (рейтингування та позиціювання туристичної дестинації) призначене для моніторингу і визначення змін репутаційних характеристик дестинації на регіональному рівні, що дозволить оперативно змінювати тактику в середовищі підприємств-консолідаторів

Соціально-економічна спрямованість НТП: Підвищення продуктивності праці, Забезпечення промисловості чи населення новим видом інформаційно-комунікаційних послуг

Вплив НТП на довкілля:

Впровадження НТП: Впроваджено

Практична реалізація НТП

Початок етапу: 01.2021

Закінчення етапу: 12.2024

Споживачі продукції: ГС "Національна туристична організація України"

Перспективні ринки: Ринок туристичних послуг України

Характер співробітництва з інвестором

Потрібний обсяг інвестицій, тис. грн.:

Права, що надаються інвестору після завершення роботи:

Наявність бізнес-плану:

Техніко-економічне обгрунтування:

Потенціальний обсяг продажу, тис. грн.:

Очікуваний термін окупності (років):

Додаткова інформація:

IX. Бібліографічний опис

1. Chernega O. «Improved methodological approach to the process of commercialization of intellectual property, as a tool for reputation management аж a tourist destination» у Науковому журналі «Європейський вектор Економічного розвитку» (Університет ім. Альфреда Нобеля) 2021. - № 1 (30). URL: https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/Full_issues/Issues/1_30_2021.pdf.

2. Designing a marketing strategy for the development of industrial tourism in the region / Danylyshyn, B., Olshanska, O., Zabaldina, Y., .Mazurets, R., .Khlopiak, S., Pivnova, L./Journal of Optimization in Industrial Engineeringthis link is disabled, 2021, 14(1), стр. 19–26 DOI: 10.22094/JOIE.2020.677809 URL: http://www.qjie.ir/article_677809.html

3. Kharlamova, G., Roskladka, A., Roskladka, N., Stavytskyy, A., Zabaldina, Y. Cluster Analysis of Ukrainian Regions Regarding the Level of Investment Attractiveness in Tourism. International Conference on Information and Communication Technologies in Education, Research, and Industrial Applications. Communications in Computer and Information Sciencethis, 2022, Volume 1635 CCIS, pp. 147–168. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-14841-5_10

4. Kulivnuk V., Kuzmin I., Hladkyi O., Gertsiy O., Tkachenko T., Shparaga T. Theoretical Fundamentals of Criteria for Evaluation of Efficiency, Quality and Optimization of Complex Informatiology Systems // Proceedings of 8th International Congress on Information and Communication Technology (ICICT 2023), London, United Kingdom | February 20 - 23 2023.

5. Mazurets R., Havrylenko T., Serbenivska A., & Zhuchenko V. Event potential of the tourist destination «DUBNO» as a tool for innovative development of the region. Journal of Geology, Geography and Geoecology. 2022. Volume 31. Issue 1. P. 110-119. https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112211

6. Oleksandr Hladkyi, Valentyna Zhuchenko, Agbaje Temitope Adetomilola Digital features of sustainable development in tourism // Digital economy and digital society: Collective monograph. - University of Technology, Katowice. – 2022. – P. 257-263

7. Roman R. Mazurets, Tetiana V. Havrylenko, Alina Y. Serbenivska, Valentina G. Zhuchenko. Event potential of the tourist destination «DUBNO» as a tool for innovative development of the region / Journ. Geol. Geograph. Geoecology, 2022, 31(1), 110–119. – URL: https://doi.org/10.15421/112211

8. Tkachenko T., Hladkyi O. , ShparagaT. , Kulivnuk V. New trends in health tourism development of Ivano-Frankivsk region in Ukraine // ANAIS BRASILEIROS DE ESTUDOS TURISTICOS-ABET. 2022. Volume 12. Special Issue SI. P. 1-14. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.7151459

9. Tkachenko T., Hladkyi O., Bilyk V., Chernega O., Lositska T. Digitalization as a reputation management tool for tourist destination // Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2022. Volume 1. Issue 42. P. 371-383.

10. Tkachenko T., Melnychenko S., Dupliak T. DIGITALISATION AS A TOOL OF TOURISM RECOVERY IN EUROPEAN UNION IN POST-COVID-19 // Financial and Credit Activity-Problems of Theory and Practice. 2021.

Volume 6. Issue 41. P. 427-436.

11. Tkachenko Tetiana, Hladkyi Oleksandr, Zhuchenko Valentyna. Recreational tourism: product portfolio diversification // Вісник КНТЕУ, № 4 (130), 2021. – С. 81-90. OI: http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021(138)06

12. URL: https://management-journal.org.ua/index.php/journal/article/view/440/225

13. Гладкий О.В. Основні методи оцінки розміщення та рівня розвитку комунікацій туристичних дестинацій // Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельноресторанного господарства: матеріали II Міжнародної науковопрактичної конференції, м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р. [Електронний ресурс] : колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Електрон. дані. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. – С. 147-151. – 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. – Назва з т

14. Забалдіна Ю.Б., Роскладка Н.О., Передерко В.П. Визначення частки туризму в регіональній економіці з використанням методики допоміжного (сателітного) рахунку туризму на прикладі Івано-Франківської області. Інфраструктура ринку. – 2021. – № 60. – С. 222-231

15. Хлопяк С.В., Кравцов С.С., Білик В.В. Підвищення інвестиційної привабливості туристичного потенціалу регіону засобами спеціалізованого туризму // Економіка та держава. 2021. №9. с.100-106 / Index Copernicus (обсяг 0,86 друк.арк.)

16. Чернега О. «Цифрові інструменти та їх вплив на покращення репутаційного менеджменту туристичної дестинації» в науково-економічному журнал «Актуальні Проблеми Економіки» 2022. № 1(247). С. 63-70. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/01/01.22._topic_Chernega-Olena-63-70.pdf.

17. Чернега О. М. «Репутаційний менеджмент національної туристичної дестинації» у фаховому електронному журналі «Східна Європа: економіка, бізнес та управління», 2021. - № 2 (29). С. 8-14. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/29_2021/4.pdf.

18. Чернега О., Ткаченко Т., Гладкий О., Білик В., Лосицька Т. «Цифровізація туристичної дестинації, як інструмент формування туристичної репутації» Scopus, 2022. - № 1(42). С. 372-383. URL: https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3649.

19. Чернега О.М. «Трансформація туристичної галузі під час війни в Україні через цифрові технології» у збірнику «Наукові записки Національного університету «Острозька академія» серія «Економіка», 2022. № 26(54). С. 43-50. URL: http://surl.li/fmooy.

20. Чернега О.М. «Моделі оцінювання конкурентоспроможності туристичної дестинації та фактори впливу» в економічному фаховому науково-виробничому журналі «Бізнес-навігатор», 2021. - № 5(66). С. 5-13. URL: http://www.business-navigator.ks.ua/journals/2021/66_2021/3.pdf.

21. Чернега О.М. «Побудова метавсесвіту, як інноваційного віртуалізованого туристичного продукту», у електронному науковому фаховому виданні «Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку», 2023. № 2(24). С. 26 -36.

22. Чернега О.М. «Проблематика позиціонування національної дестинації на світових туристичних виставках» у фаховому електронному виданні «Ефективна економіка», 2021. - № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8659.

23. Чернега О.М. «Розроблення концепції репутаційного менеджменту туристичної дестинації в умовах війни» в колективній монографії «Російсько-українська війна (2014 – 2022): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та юридичні аспекти», 2022. С. 365-371. URL: http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/237/6444/13298-1.

24. Чернега О.М. «Цифровізація туристичної галузі в Україні під час війни: використання NFT-технології», «Війна та туризм: матеріали міжнар. наук.-практ. конф.» (м. Київ, 11 листопада 2022 р.) URL: http://surl.li/lufqv.

25. Чернега О.М. «Цифровізація як репутаційна тактика в управлінні туристичної дестинацією», у науковому журналі «Економіка: реалії часу» національного університету «Одеська політехніка» 2023. № 3(67). С. 47-55. URL: https://economics.net.ua/files/archive/2023/No3/47.pdf.

26. Чернега О.М. Вплив цифровізації на формування репутаційного менеджменту туристичної дестинації: матеріали III Міжнар. форум науковців та дослідників «Science and Study» (м. Київ, 1 жовтня 2021 р.), С. 96 - 100, URL: http://surl.li/luflm.

27. Чернега О.М. Діяльність DMC, як суб'єкт-консолідатор в туристичній дестинації: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. «Innovations and Prospects of World» (Канада, 8 вересня 2021 р.), С. 392-396, URL: http://surl.li/dcclc.

28. Чернега О.М. Інтегрування новітніх цифрових технологій у репутаційний менеджмент туристичної дестинації: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Бренд-менеджмент: маркетингові технології» (м. Київ, 8 листопада 2022 р.), С. 285 - 287, URL: https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/47092bbc7331460a6943c1b257a22db6.pdf.

29. Чернега О.М. Концепція репутаційного менеджменту туристичної дестинації: матеріали Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф.: «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.), С. 283-287, URL: http://surl.li/dccig.

30. Чернега О.М. Покрашення репутаційного менеджменту України через цифрові технології під час війни: матеріали в онлайн-засіданні круглого столу на тему: «Диджиталізація як пріоритетний напрямок переосмотслення музейної діяльності в час агресивних історичних випробувань» (м. Київ, 9 листопада 2022 р.), С. 58 - 65, URL: http://surl.li/fmohk.

31. Чернега О.М. Процес комерціалізації інтелектуальної власності на прикладі створення концепту туристичної послуги: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» присвячений 100-річчю заснування Одеського національного економічного університету (м. Одеса, 14 квітня 2021 р.) С. 247- 251, URL: http://surl.li/lufhs.

32. Чернега О.М. Репутаційний менеджмент туристичної дестинації: матеріали XIV Міжнар. наук. конф. «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» (Львів Львівського національного університету ім. І. Франка, 9 жовтня 2020 р.) С. 363 -367, URL: http://surl.li/dcchd.

33. Чернега О.М. Репутаційний менеджмент туристичної дестинації: поняття та функції: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. «The World of Science and Innovation» (Лондон, Великобританія, 16 вересня 2020 р.), С. 562 – 569, URL:https://bit.ly/2OvKnDf.

34. Чернега О.М. Репутаційний менеджмент туристичної дестинації: принципи та функції: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Туризм у XXI столітті: виклики та реагування», (м. Київ, Державний національний університет імені Тараса Шевченка, 27 листопада 2020 р.) С. 74 – 79, URL: http://surl.li/dccgh.

35. Чернега О.М. Роль суб'єктів господарювання в репутаційному менеджменті туристичної дестинації: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. -фестиваль «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс (м. Київ, 20 травня 2021 р.), С. 414 - 417,URL: http://surl.li/dcqwe.

36. Чернега О.М. Система механізмів репутаційного менеджменту туристичної дестинації: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Принципи формування зовнішньої політики держави: економічні та інституціональні аспекти» (м. Ужгород, Ужгородський національний університет, 14 травня 2021 р.), URL http://surl.li/lufjx.

37. Чернега О.М. Складові системи механізмів репутаційного менеджменту туристичної дестинації: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Бренд-менеджмент: маркетингові технології» (м. Київ, 11 березня 2021 р.) URL http://surl.li/lufet.

38. Чернега О.М. Формування креативних цифрових туристичних послуг та їх вплив на репутацію туристичної дестинації: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Туризм XXI століття: Глобальні виклики та

цивілізаційні цінності» Державний торговельно-економічний університет (м. Київ, 2023 травня 2023 р.) С. 167 - 170, URL: https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/9134382f6de141c4773d700c17df2cc4.pdf

39. Чернега О.М. Формування репутації дестинацій з використанням ресурсного потенціалу фортифікаційних споруд: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Стратегічні пріоритети в XXI» (м. Київ, 23 квітня 2021 р.), С. 104 – 107., URL: http://surl.li/dccnc.

40. Чернега О.М. Характеристика діяльності суб'єктів-консолідаторів в межах туристичної дестинації: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. «Topical issues of modern science, society and education » (м. Харків, 5 вересня, 2021), С. 564-571, URL: http://surl.li/dcclr.

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Мазаракі Анатолій Антонович
д.е.н., 08.02.01

Перелік осіб-виконавців

Білик Владислав Васильович
(к. е. н., 08.06.02)

Вівсюк Ірина Олександрівна
(аспірант)

Гладкий Олександр Віталійович
(д.геогр.н., 11.00.02)

Дворська Ірина Володимирівна
(аспірант)

Дупляк Тетяна Петрівна
(к.е.н., 08.00.04)

Жученко Валентина Григорівна
(к.е.н., 08.10.01)

Забалдіна Юлія Борисівна
(к. е. н., 08.10.01)

Клімова Алла Миколаївна
(к.пед.н., 13.00.04)

Козоріз Олександр Євгенович
(аспірант)

Кравцов Сергій Станіславович
(к. держ.упр., 25.00.02)

Лисяна Валерія Олександрівна
(аспірант)

Михайліченко Ганна Іванівна
(д. е. н., 08.00.04)

Роскладка Наталія Олександрівна
(д. е. н., 08.00.04)

Ткаченко Тетяна Іванівна
(д.е.н., 08.06.01)

Хлопяк Сергій Васильович
(к.е.н., 08.00.03)

Чернега Олена Михайлівна
(аспірант)

Відповідальний за підготовку облікових документів

Птуха О.В.

Телефон

+38 (044) 531-31-26

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності

